

周镇宏

著

公共管理这本

经

下



人民出版社

周镇宏 著

公共管理这本

经

下



人民
出版
社

责任编辑:高晓璐
版式设计:艺和天下

图书在版编目(CIP)数据

公共管理这本“经”/周镇宏 著. —北京:人民出版社,2011.2
ISBN 978-7-01-009616-2

I. ①公… II. ①周… III. ①公共管理-文集 IV. ①D035-53
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 008095 号

公共管理这本“经”

GONGGONG GUANLI ZHEBEN“JING”

周镇宏 著

人民出版社 出版发行
(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京瑞古冠中印刷厂印刷 新华书店经销

2011 年 2 月第 1 版 2011 年 2 月北京第 1 次印刷

开本:700 毫米×1000 毫米 1/16 印张:47.25

字数:500 千字

ISBN 978-7-01-009616-2 定价:99.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号
人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

目录

Contents

公共管理这本“经”(下)

粤西这方天地——写在中國大陸最南端

(一) 1996 年

湛江名牌今安在?	(2)
“威字牌”还“威”吗?	(4)
名牌意味着什么?	(6)
敢问“威字牌”路在何方?	(10)
压力还是动力?	(13)
节能降耗的潜力	(14)
“从……的高度”一议	(16)
纸上谈“风”	(17)



公共管理这本“经”

附录 捕风发电.....	(18)
资产盘活与资源节约.....	(20)
“大检查”的威慑力.....	(22)
从月饼谈到可降解塑料.....	(24)
附录 1 塑料“自杀”.....	(26)
附录 2 塑料, 导体还是绝缘体.....	(28)
多少年磨一剑?.....	(31)

(二) 1998 年

十六字“从政准则”.....	(34)
建设“蓝色产业”聚集带.....	(37)
基础产业之首——“水利第一”.....	(39)
“大”与“小”不仅仅是规模问题.....	(41)
技改不等于技术创新.....	(43)
此“优势”非彼“优势”.....	(44)
“台阶”与“楼”.....	(46)

“区域经济热点”.....	(47)
亚洲金融危机对我们的启示.....	(49)
永远不会有绝对的“充分就业”.....	(51)
“下岗”、“托管”与“失业”.....	(53)
反走私不仅仅是经济斗争.....	(58)
反走私没有“最后的胜利”.....	(59)

(三) 1999 年

“中心”不能靠赐封.....	(60)
“软环境”问题.....	(62)
公平竞争就是最好的“优惠政策”.....	(66)
来之不易的“名分”.....	(67)
“朝阳产业”的魅力.....	(69)
何为“旅游吸引物”？.....	(72)
科学与技术的差异性.....	(73)
“低谷”乃是高潮的前奏.....	(78)
善待“资本的母亲”.....	(79)

(四) 2000 ~ 2002 年

共创“北部湾品牌”.....	(81)
----------------	------



公共管理这本“经”

“务虚”与“务实”.....	(83)
“不雅”之名.....	(85)
“走出去”须“走好”.....	(86)
从政治上审视“入世”.....	(87)
全球化与政治斗争.....	(89)
信息化的本质.....	(90)
水的属性和规律.....	(91)
“永续利用”.....	(92)
友谊之花结出希望之果.....	(93)
“文明村”预示着什么?.....	(95)
全民国防教育之目的.....	(99)
南海丝路 2000 年.....	(101)
湛江沿海走私活动的历史考察.....	(105)
读《湛江市志》札记.....	(110)
难忘湛江.....	(120)

(五) 2002 ~ 2007 年

茂名的灵性和传奇.....	(123)
构建新型银企关系.....	(127)
“没有硝烟的战争”.....	(133)
“岭南圣母”世人景仰.....	(136)
弘扬“荔枝文化”.....	(137)

谱写“四大跨越”新篇章.....	(139)
绿染山川.....	(141)
开发沉淀了的历史文化.....	(144)
和谐社会的精神家园.....	(148)
浅论建设和谐文化.....	(150)
“工业立市”十大理念.....	(157)
开创重化工业新阶段.....	(170)
重新认识中医药.....	(173)
家有万金不如一技在身.....	(181)
寄语退役士兵.....	(184)
清明祭英烈.....	(185)
白衣天使,“南南合作”的典范.....	(187)
祝福茂名.....	(192)

城市这部百科全书——写在市长市民心目中

(一)

何为“城市”.....	(196)
城市发展的四个阶段.....	(199)
“城市化”.....	(200)
城市化的两层含义.....	(203)

公共管理这本“经”

城市化水平的定量表达.....	(204)
城市化曲线的两个“拐点”.....	(206)
中国城市化的五个阶段.....	(207)
最佳城市规模.....	(209)
城市化的多元模式.....	(210)
城市化与工业化.....	(211)
城市化：增长新概念.....	(212)
城市化与经济互动的互动.....	(214)
城市化与市场导向.....	(216)
城市现代化.....	(217)
城市发展的人本原则.....	(219)
21 世纪是“城市世纪”.....	(220)
21 世纪世界城市化的趋势.....	(221)
关于城市未来的《柏林宣言》.....	(222)

(二)

城市规划的基本概念.....	(228)
城市规划古已有之.....	(229)
城市规划史上的若干里程碑.....	(231)
中国的城市规划今昔.....	(232)
城市规划的方向、任务、定位和指导思想.....	(233)
城市规划的共性问题.....	(234)

制定城市规划八大原则.....	(235)
城市规划中的“十大关系”.....	(236)
城市规划的阶段和种类.....	(239)
总体规划的主要内容.....	(240)
“总规不总”的问题.....	(243)
详细规划.....	(246)
控制性详细规划.....	(248)
“规划中的管理”与“管理中的规划”.....	(250)
城市规划的“一书两证”管理.....	(251)
城市规划管理中存在的问题.....	(252)
容积率不能一破再破.....	(253)
真正的城市规划必须是区域规划.....	(254)

(三)

发展小城镇是“中国特色”之一.....	(256)
小城镇是城乡之间的“平衡杆”.....	(258)
县域经济发展中的城市化.....	(260)
“城乡一体化”不是“城乡一样化”.....	(261)
“离土不离乡”和“进厂不进城”与“逆城市化”.....	(263)
城乡分割与农村人口迁移.....	(265)

(四)

城市特色.....	(267)
城市的“性别”.....	(269)
城市形象.....	(271)
城市形象的自然因素和人工因素.....	(273)
“城市形象论”和“风水意象论”.....	(274)
“市民”与“文明”.....	(276)
人文精神乃城市之魂.....	(277)
城市设计.....	(278)
城市设计的基本原则.....	(280)
城市建筑的“六缘”.....	(281)
标志性建筑.....	(282)
城市雕塑.....	(283)
城市广场.....	(286)
城市绿化：树还是草？.....	(287)
城市绿地的“三角形效应”.....	(289)
“绿地率”比“覆盖率”更本质.....	(290)
城市照明工程.....	(291)
城市交通“三优先”公平性原则.....	(293)
城市交通总量削弱原则.....	(295)
交通提前量原则.....	(296)

交通连续原则.....	(297)
-------------	-------

(五)

保留城市的“记忆”.....	(298)
《威尼斯宪章》和《华盛顿宪章》.....	(300)
保护历史文化遗产四原则.....	(301)
中国保护历史文化遗产的历程.....	(302)
分三层次保护历史文化遗产.....	(303)
城市是一种文化形态.....	(306)
保护历史文化遗产的思考.....	(308)
“城市舒适度”.....	(310)

(六)

城市建设的“三个转变”.....	(312)
“邻里”新义.....	(313)
城建项目的时间约束.....	(314)
拆迁的效益.....	(315)
不轻言“旧城改造”.....	(316)
“××年不落后”.....	(318)
“×通一平”质疑.....	(319)

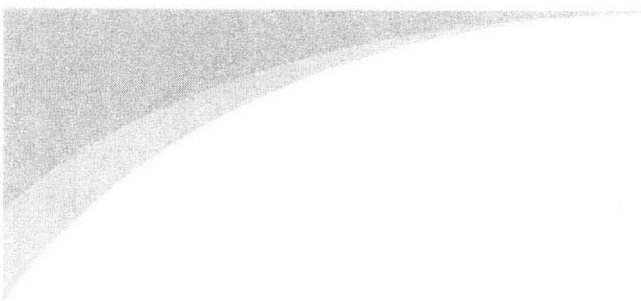


公共管理这本“经”

警惕开发商的“论证”.....	(320)
城市“马路经济”之弊.....	(321)
“××公路经济走廊”之忧.....	(325)
景观污染.....	(326)
大商厦并非多多益善.....	(327)

(七)

“数字地球”.....	(328)
数字城市.....	(330)
E—home 数字家园.....	(333)
生态城市、山水城市、园林城市及其本质.....	(335)
市长——两栖“建筑师”.....	(337)
城市管理“二三四体制”和“四分开原则”.....	(339)
向苏东坡市长学习.....	(340)



粤西这方天地

——写在中國大陸最南端



(一) 1996年

湛江名牌今安在？

——写在“威字牌”发展战略研讨会前后（1）

（1996年10月24日）

“名牌”、“名牌效应”、“名牌战略”……诸如此类的一批术语，越来越频见于报端，流行于传媒，其使用频率之高，几可与“市场经济”媲美。

此乃市场经济的发展使然。

当今，名牌的拥有量，已成为一个侧面反映某国家或地区经济实力和市场竞争力的重要指标。

中国，已有25个省、6个计划单列市、4大行业大张旗鼓地启动实施名牌战略。

广东，提出“三个一批”，即形成一批支柱产业；发展一批大型企业集团；创造一批名牌产品。“名牌战略”乃题中重要之义。

湛江，1996年5月30日召开全市“抓质量创名牌”工作会议。我代表市政府到会讲话，强调抓质量创名牌是参与市场经济竞争的需要，是实现“两个根本性转变”的内在要求，是振兴湛江经济的重要措施。会议提出“九五”期间再创25至30个名牌产品。

再创新名牌固然重要，保住和发展已有的名牌更是当务之急。

湛江市曾经创造辉煌的“三星”汽车、“半球”电器、“威字牌”饼干……，今安在？

“三星”，陷入债务重围。当家人又似乎把太多的筹码压在MPV项目和股票上市上。若事遂人愿，可望焕发新的生机活力。否则不堪设想。

“半球”，几乎属“大面积心肌梗死”。虽采取种种措施“起搏”，然积重难返，回天乏术。我斗胆说，该企业如能起死回生突出重围冲出困境重振雄风，可列为中国工业发展史上一大奇观。

“三星”、“半球”，都暂且不说。

华威，一般认为企业“经营状况尚好”，报表上仍有“微利”，生产经营活动照常运行，似乎无大喜亦“无大忧”。

但是“明白人”，若能透过报表和现象作进一步的探究，若敢正视问题，则不难得出另一个结论——华威面临严重危机，如无新路新招，“威字牌”不久将退出市场！

堪忧的是，这耸听“危言”未必能被有关的人们——包括华威的当家人所认同所接受。



“威字牌”还“威”吗？

——写在“威字牌”发展战略研讨会前后（2）

（1996年10月25日）

为了“促一促”华威，只好借助权威。1996年10月25日至27日，湛江市“威字牌”发展战略高级专家研讨会在海滨宾馆举行。

以市政府的名义，为一家企业的一个品牌召开高级专家研讨会，这在湛江的工业发展史上，恐怕少有先例。

我作为这件事的“始作俑者”，自然得在研讨会伊始，来个“开场白”。

尽管用心良苦，一番好意，但为“策略”起见，为“照顾”华威人的情绪，我还是字斟句酌地说了下面的话：

……这次高级专家研讨会，之所以选择华威饼业公司的“威字牌”作为研讨的个案和实例，主要是出于这样的考虑：

“威字牌”是我市有数个叫得响的名牌之一。这个名牌来之不易。华威公司的干部职工为之付出了极大的努力，也为湛江经济和全国饼干行业的发展作出了积极的贡献。“威字牌”这个品牌本身，就是一笔宝贵的无形资产。华威公司的基础条件较好，其经营状况在目前湛江市的工业企业中也是好企业。但不必讳言，“威字牌”目前面临着来自各个方面很严峻的挑战，华威公司潜伏着危机。令人高兴的是，华威公司的领导班子已经清醒地意识到这种危